



**PERANCANGAN VIDEO PROMOSI
KAMPUNG WISATA PECINAN KAPASAN DALAM
SEBAGAI UPAYA MENGENALKAN WISATA KEPADA MASYARAKAT**



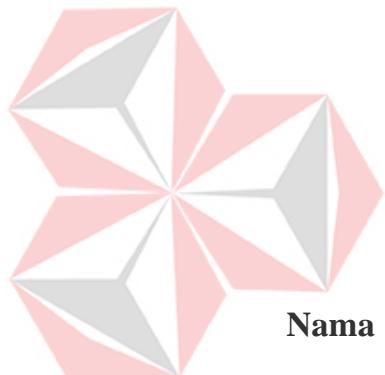
Oleh:
Muhammad Alfariz Setyanto
18420100020

FAKULTAS DESAIN DAN INDUSTRI KREATIF
UNIVERSITAS DINAMIKA
2022

**PERANCANGAN VIDEO PROMOSI
KAMPUNG WISATA PECINAN KAPASAN DALAM
SEBAGAI UPAYA MENGENALKAN WISATA KEPADA MASYARAKAT**

TUGAS AKHIR

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan
Program Sarjana Desain**



**UNIVERSITAS
Dinamika**

Disusun Oleh:

: Muhammad Alfariz Setyanto

Nama : Nim : 18420100020

Program Studi : S1 Desain Komunikasi Visual

**FAKULTAS DESAIN DAN INDUSTRI KREATIF
UNIVERSITAS DINAMIKA
2022**

Tugas Akhir

PERANCANGAN VIDEO PROMOSI
KAMPUNG WISATA PECINAN KAPASAN DALAM
SEBAGAI UPAYA MENGENALKAN WISATA KEPADA MASYARAKAT

Dipersiapkan dan disusun oleh

Muhammad Alfariz Setyanto

18420100020

Telah diperiksa, diuji dan disetujui oleh Dewan Pengaji

Pada: Senin, 11 Juli 2022

Susunan Dewan Pengaji

Pembimbing:

1. Siswo Martono, S.Kom., M.M.

NIDN: 0726027101

2. Dhika Yuan Yurisma, M.Ds., ACA

NIDN: 0720028701

Jyt
Digitally signed
by Universitas
Dinamika
Date: 2022.07.29
10:44:21 +07'00'

Universitas
Dinamika
2022.07.29
13:34:13
+07'00'

Pengaji:

Karsam, MA., Ph.D.

NIDN: 0705076802

G
Digitally signed by
Universitas
Dinamika
Date: 2022.07.29
13:53:12 +07'00'

Tugas Akhir ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan

untuk memperoleh gelar Sarjana

Digitally signed
by Universitas
Dinamika
Date: 2022.08.01
10:46:50 +07'00'

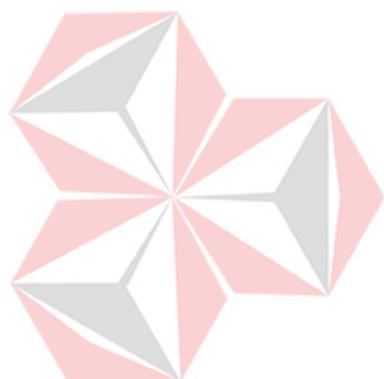
Karsam, MA., Ph.D.

NIDN: 0705076802

Dekan Fakultas Desain dan Industri Kreatif

UNIVERSITAS DINAMIKA

HALAMAN MOTTO



“Selalu Positif, Percaya Diri dan bersemangat”

UNIVERSITAS
Dinamika

HALAMAN PERSEMBAHAN



*“Kupersembahkan kepada orang tuaku yang selalu ku sayang, serta
kepada semua pihak yang telah membantu selama ini”*

UNIVERSITAS
Dinamika

SURAT PERYATAAN
PERSETUJUAN PUBLIKASI DAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Sebagai mahasiswa Universitas Dinamika, saya:

Nama : Muhammad Alfariz Setyanto
NIM : 18420100020
Program Studi : S1 Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Fakultas Desain dan Industri Kreatif
Jenis Karya : Tugas Akhir
Judul Karya : Perancangan Video Promosi Kampung Wisata Pecinan
Kapasan Dalam Sebagai Upaya Mengenalkan Wisata
Kepada Masyarakat

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa:

1. Demi pengembangan ilmu pengetahuan, teknologi dan seni, penulis sepakat memberikan kepada Universitas Dinamika Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-Exclusive Royalty Free Right*) atas seluruh isi atau sebagian karya ilmiah penulis tersebut di atas untuk disimpan, dialih mediakan dan dikelola dalam bentuk pengkalan data (*database*) untuk selanjutnya didistribusikan atau dipublikasikan demi kepentingan akademis dengan tetap mencantumkan nama penulis sebagai penulis atau pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.
2. Karya tersebut di atas adalah karya asli penulis, bukan plagiat baik sebagian maupun keseluruhan. Kutipan, karya atau pendapat orang lain yang ada dalam karya ilmiah ini adalah semata hanya rujukan yang dicantumkan dalam Daftar Pustaka penulis.
3. Apabila dikemudian hari ditemukan dan terbukti terdapat tindakan plagiat pada karya ilmiah ini, maka penulis bersedia untuk menerima pencabutan terhadap gelar kesarjanaan yang telah diberikan kepada penulis.

Demikian surat pernyataan ini penulis buat dengan sebenarnya.

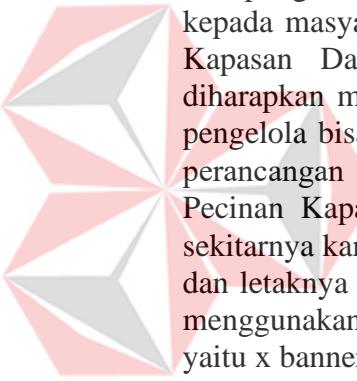
Surabaya, 11 Juli 2022



Muhammad Alfariz Setyanto

NIM: 18420100020

ABSTRAK



Salah satu lokasi terbesar dan tertua tempat berkumpulnya etnis Tionghoa berada di daerah Kampung Pecinan Kapasan Dalam Surabaya. Sampai saat ini etnis Tionghoa yang ada di Kapasan Dalam masih menjaga budaya, tradisi dan bangunan yang memiliki sejarah. Untuk menjaga budaya, sejarah dan tradisi tersebut beberapa warga menjadikan Kampung Pecinan Kapasan Dalam ini menjadi tempat wisata yang disebut Kampung Wisata Pecinan Kapasan Dalam. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Menurut Creswell (2016), penelitian kualitatif adalah penelitian yang menggali dan memahami makna dari banyak individu atau kelompok yang muncul dari masalah sosial. Secara umum, penelitian kualitatif dapat digunakan untuk mempelajari kehidupan masyarakat, sejarah, perilaku, konsep atau fenomena, masalah sosial, dll. Dalam penelitian ini digunakan metode seperti wawancara, observasi dan rekaman. hasil dari penelitian ini adalah sebuah video promosi yang di harapkan bisa memperkenalkan wisata kampung pecinan ke masyarakat berdasarkan pembahasan peneliti tentang perancangan video promosi Kampung Wisata Pecinan di Kapasan Dalam untuk memperkenalkan wisata kepada masyarakat. Dalam merancang video promosi Kampung Wisata Pecinan Kapasan Dalam sebagai upaya mengenalkan wisata kepada masyarakat, diharapkan masyarakat Surabaya dan sekitarnya bisa mengetahui wisata ini dan pengelola bisa membangun wisata ini dengan lebih baik lagi. Konsep dari video perancangan ini yaitu “Informatif” Ada beberapa objek di Kampung Wisata Pecinan Kapasan Dalam yang belum diketahui wisatawan dari Surabaya dan sekitarnya karena Kampung Wisata Pecinan Kapasan Dalam termasuk wisata baru dan letaknya tersembunyi di belakang kluenteng Boen Bio. Maka dari itu peneliti menggunakan media promosi video untuk mempromosikan dan media pendukung yaitu x banner, stiker, poster, feeds Instagram, dan teaser video promosi. Di dalam video promosi ini, peneliti menampilkan bangunan-bangunan dan fasilitas yang bisa dinikmati oleh wisatawan saat berkunjung ke Kampung Wisata Pecinan Kapasan Dalam, seperti beberapa bangunan bersejarah, *food court* yang menjual makanan khas Tionghoa, suasana daratan Tionghoa mural yang bisa dijadikan spot selfie. Selain itu, pengelola menyediakan *tour guide* yang siap mengajak wisatawan berkeliling menikmati wisata *heritage* yang ada di Kampung Wisata Pecinan Kapasan Dalam.

Kata kunci: *video promosi, Kampung Wisata Pecinan Kapasan Dalam, media sosial*

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Esa, atas berkat dan rahmat Nya penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul “Perancangan Video Promosi Kampung Wisata Pecinan Kapasan Dalam Surabaya Sebagai Upaya Mengenalkan Wisata Kepada Masyarakat”.

Melalui kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu penyelesaian Proposal Tugas Akhir ini, terutama kepada yang terhormat:

1. Siswo Martono, S.Kom., M.M. selaku Dosen Pembimbing 1.
2. Dhika Yuan Yurisma, M.Ds., ACA selaku Dosen Pembimbing 2.
3. Karsam, MA., Ph.D. selaku Dosen Pengaji.
4. Kedua orang tua yang selalu mendukung, memberi motivasi dan mendoakan yang terbaik untuk menyelesaikan Tugas Akhir ini.
5. Serta semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu dalam kesempatan ini, yang telah memberikan bantuan moral dan materil dalam proses penyelesaian Tugas Akhir ini.

Semoga Tugas Akhir ini mudah dipahami dan dapat membawa manfaat bagi siapapun yang membacanya. Akhir kata, penulis memohon maaf apabila terdapat kesalahan kata-kata ataupun penulisan, terima kasih.

Surabaya, 11 Juli 2022

Penulis

DAFTAR ISI

ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Batasan Masalah.....	4
1.4 Tujuan	4
1.5 Manfaat.....	5
BAB II LANDASAN TEORI	6
2.1 Penelitian terdahulu.....	6
2.2 Wisata Kampung Pecinan Kapasan Dalam	6
2.3 Video	7
2.4 Video Promosi.....	7
2.5 Promosi	8
2.6 Proses Pembuatan Video.....	8
2.7 Fungsi dan Peran Video	9
2.8 Sudut Pengambilan Gambar.....	9
2.9 Warna	10
BAB III METODE PENELITIAN.....	11
3.1 Jenis Penelitian.....	11
3.2 Objek Penelitian	11
3.3 Subjek Penelitian.....	11
3.4 Lokasi Penelitian	12
3.5 Teknik Pengumpulan Data	12
3.5.1 Observasi	12
3.5.2 Wawancara	12
3.5.3 Dokumentasi.....	13
3.5.4 Studi Literatur.....	13
3.6 Teknik Analisa Data.....	13
3.6.1 Reduksi Data	13
3.6.2 Penyajian Data.....	14
3.6.3 Penarikan Kesimpulan.....	14



BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	15
4.1 Hasil Pengumpulan Data.....	15
4.1.1 Hasil Observasi.....	15
4.1.2 Hasil Wawancara.....	16
4.3 Konsep dan <i>Keyword</i>	23
4.3.1 Segmentasi, Targeting, Positioning (STP)	24
4.3.2 USP (<i>Unique Selling Proposition</i>)	25
4.3.3 Analisa SWOT	25
4.3.4 Keyword	26
4.3.5 Deskripsi Konsep	26
4.4 Perancangan Karya	26
4.4.1 Tujuan Kreatif	27
4.4.2 Strategi Kreatif	27
4.4.3 Implementasi Video	31
4.5 Pembahasan Karya Utama	35
4.6 Perancangan Media Pendukung.....	36
4.6.1 Strategi Media Pendukung	36
5.1 Kesimpulan	40
5.2 Saran	40
DAFTAR PUSTAKA	42
LAMPIRAN	44

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1 Tugu Kampung Wisata Pecinan Kapasan Dalam.....	17
Gambar 4. 2 Mural Kampung Wisata Pecinan Kapasan Dalam	18
Gambar 4. 3 Mural Kampung Wisata Pecinan Kapasan Dalam	18
Gambar 4. 4 Lampion-lampion di sepanjang jalan	18
Gambar 4. 5 Gerbang Naga.....	19
Gambar 4. 6 Punden Kapasan Dalam.....	19
Gambar 4. 7 Kuenteng Boen Bio	20
Gambar 4. 8 Gudang Kayu Tua berusia 200 tahun	20
Gambar 4. 9 <i>Food Court</i> Kampung Wisata Pecinan Kapalan Dalam.....	20
Gambar 4. 10 SWOT Kampung Wisata Pecinan Kapasan Dalam.....	25
Gambar 4. 11 Keyword Kampung Wisata Pecinan Kapasan Dalam	26
Gambar 4. 12 Storyline Kampung Wisata Pecinan Kapasan Dalam	28
Gambar 4. 13 Storyboard Kampung Wisata Pecinan Kapasan Dalam	29
Gambar 4. 14 Warna	30
Gambar 4. 15 Pembukaan Video.....	31
Gambar 4. 16 Pengenalan lokasi Kampung Wisata Pecinan Kapasan Dalam	31
Gambar 4. 17 Mural dan Lampion memperkental suasana daratan Tionghoa.....	32
Gambar 4. 18 Gerbang Naga.....	32
Gambar 4. 19 Menjelaskan tentang sejarah	32
Gambar 4. 20 Penjelasan kampung	33
Gambar 4. 21 Penjelasan Punden Kapasan Dalam	33
Gambar 4. 22 Penjelasan Gudang Tua berumur 200 tahun.....	33
Gambar 4. 23 Penjelasan Kuenteng Boen Bio	34
Gambar 4. 24 Pertunjukan Barongsai	34
Gambar 4. 25 <i>Food Court</i>	34
Gambar 4. 26 Musik khas Tionghoa	35
Gambar 4. 27 Suasana Kampung Wisata Pecinan Kapasan Dalam	35
Gambar 4. 28 YouTube	37
Gambar 4. 29 Feeds Instagram dan Video Teaser	37
Gambar 4. 30 Media pendukung poster	38
Gambar 4. 31 Media pendukung x-banner.....	39

Gambar 4. 32 Media pendukung stiker 39



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Surabaya adalah salah satu Kota besar di Indonesia, mempunyai beragam suku bangsa atau etnis yang memiliki banyak Sejarah dan Tradisi. Salah satu etnis yang ada di Surabaya yaitu etnis Tionghoa. Salah satu lokasi terbesar dan tertua tempat berkumpulnya etnis Tionghoa berada di daerah Kampung Pecinan Kapasan Dalam Surabaya. Dari hasil wawancara penulis kepada Dony Jung selaku sepuh di Kampung Pecinan Kapasan Dalam, di daerah ini dulunya tempat pertama kali etnis Tionghoa datang ke Surabaya mereka berkumpul dan membangun sistem perekonomian, sampai akhirnya penjajah Belanda datang ke Surabaya dan memisahkan etnis Tionghoa ini ke beberapa tempat, alasannya yaitu agar etnis ini menjadi lemah dan tidak bisa memberontak di saat zaman penjajahan Belanda. Karena etnis Tionghoa di Kapasan Dalam terkenal sebagai pendekar pada zamannya yang menguasai Kungfu, sampai dijuluki dengan Buaya Kapasan, walaupun sudah terpisahkan etnis Tionghoa yang ada di Kapasan Dalam tetap disegani oleh penjajah Belanda. Selain itu etnis Tionghoa yang ada di Kapasan Dalam pada saat perang 10 November 1945 pecah di Surabaya, mereka ikut membantu anak-anak Surabaya untuk memukul mundur penjajah dan salah satu saksi bisu peninggalan yang ada di kampung ini adalah gudang kayu tua yang saat perang 10 November 1945 pecah dijadikan balai pengobatan darurat ujar Dony Jung.

Sampai saat ini etnis Tionghoa yang ada di Kapasan Dalam masih menjaga budaya, tradisi dan bangunan yang memiliki sejarah. Untuk menjaga budaya, sejarah dan tradisi tersebut beberapa warga menjadikan Kampung Pecinan ini menjadi tempat wisata yang disebut Kampung Wisata Pecinan Kapasan Dalam. Dari hasil kutipan dutajatim.com (Gatot Susanto, 2020) Kampung Pecinan ini dibangun atas dasar sejumlah pertimbangan. Diantaranya terkait sejarah Kapasan Dalam di masa lalu yang dikenal sebagai pemukiman masyarakat Tionghoa,” ujar Djaja Soetjianto, Ketua RW, ketika memberi sambutan pada acara peresmian Awal Proyek Kampung Wisata Pecinan. Selain itu dari hasil kutip klikku.net

(Faaza M, 2020) harapan Djaja Soetijianto, Ketua RW sekaligus salah satu pengagas Kampung Wisata Pecinan Kapasan Dalam, dengan dibangunnya tempat wisata ini bisa mendongkrak perekonomian warga. Dari hasil wawancara penulis kepada Dony Jung selaku sepuh, harapan dia dengan adanya Kampung Wisata Pecinan ini bisa membuat sejarah Kampung Pecinan ini dikenal dan tujuan dia bisa terwujud untuk melestarikan budaya dan menjaga sejarah yang sudah diwariskan nenek moyangnya. Dikutip dari klikku.net (Faaza M, 2020) Tempat wisata ini sendiri diresmikan pada selasa, 10 November 2020 oleh Ir. Achmad Agung Nurawan Sekretaris Dinas Budaya dan Pariwisata Surabaya.

Dikutip dari Masruroh (2021) disini banyak sekali lokasi-lokasi untuk dipelajari oleh pelajar, mahasiswa-mahasiswi dan komunitas yang lainnya. Di dalam Kampung Wisata Pecinan Kapasan Dalam ini banyak objek yang bernuansa daratan Tiongkok mulai dari lampion-lampion yang digantung disepanjang jalan, mural yang berada di setiap sudut kampung yang menceritakan tentang alur dinasti cing, gerbang naga yang menjadi objek utama di Kampung Wisata Pecinan Kapasan Dalam, makanan khas orang Tionghoa yang dijual oleh warga sekitar, gudang kayu tua yang kental dengan unsur sejarah, klenteng Boen Bio tempat ibadah umat Konghucu, dan benda peninggalan kuno yang masih di simpan sampai sekarang.

Selain itu dari hasil kutipan Masruroh (2021) Selain disebut sebagai Kampung Pecinan, Kapasan Dalam juga dikenal dengan Kampung Kung Fu. Donny Jung mengatakan karena sebagian besar orang Tionghoa di daerah itu sebelumnya sangat mahir dalam ilmu bela diri kungfu. Tapi sekarang mereka yang jago kungfu sudah tua. Anak muda di sini tidak mau belajar kung fu, ujar Donny Jung, dengan permasalahan itu, Kampung Wisata Pecinan Kapasan Dalam juga membangun museum kungfu. Agar bisa menarik minat anak muda dan juga menarik minat pengunjung.

Kampung Wisata Pecinan Kapasan Dalam ini mempunyai banyak kekayaan tradisi, budaya, sejarah dan kuliner yang di manfaatkan warganya untuk tujuan wisata dan pendidikan, namun Kampung Wisata Pecinan Kapasan Dalam sampai saat ini masih dalam tahap pengembangan, tahap satu dan masih banyak proyek

ke depannya yang belum dibangun karena memerlukan dana yang besar, ujar Dony Jung saat diwawancara penulis.

Kampung Wisata Pecinan Kapasan Dalam ini tergolong wisata baru dan masih membutuhkan media promosi untuk memperkenalkan wisata ini kepada masyarakat. Untuk menjadi data pendukung, menurut Masruroh (2021) Surabaya memiliki tempat wisata *Heritage* baru. Kampung Wisata Pecinan Kapasan Dalam menjadi tempat wisata *Heritage* baru di kota Surabaya. Dan menurut Klikku.net (2020) Kota Surabaya, sekarang memiliki tempat wisata terbaru, yaitu wisata *Heritage* Kampung Wisata Pecinan Kapasan Dalam. Berlokasi di kawasan Surabaya Utara, yang terkenal sebagai tempat penuh dengan sejarah. Baik dari sisi bangunan, arsitektur, maupun budaya masyarakat.

Beda dengan wisata yang dulu pernah ada di Surabaya yaitu Kya-Kya yang lokasinya masih tergolong dekat dengan wisata ini. Kya-Kya terletak di jalan Kembang Jepun Surabaya. Hampir semua warga Surabaya mengetahui Wisata Kya-Kya ini, menurut Zakiyatul, (2009) Kya-Kya berdiri sejak tanggal 31 Mei 2003, Kya-Kya pada masa itu menjadi pusat kuliner malam, banyak pedagang kaki lima yang berjualan disana bukan hanya dari etnis Tionghoa, dari etnis lain pun ikut berjualan di sana. Kya-Kya sangat berkembang pesat sampai tahun 2004 namun tahun-tahun berikut nya Kya-Kya mengalami penurunan sampai akhirnya pada 29 februari 2008 Kya-Kya resmi ditutup.

Berdasarkan latar belakang diatas, video promosi menjadi salah satu media promosi untuk memperkenalkan Kampung Wisata Pecinan Kapasan Dalam ke masyarakat. Ditambah meningkat nya pengguna sosial media di setiap tahunnya, membuat media promosi berupa video lebih efektif untuk memperkenalkan Kampung Wisata Pecinan Kapasan Dalam kepada masyarakat. Di kutip dari Data Indonesia (2022) Menurut data yang dimiliki *We Are Social*, jumlah pengguna media sosial di Indonesia pada Januari 2022 mencapai 191 juta. Jumlah ini naik sampai 12,35% dibandingkan 170 juta orang pada tahun sebelumnya.

Video Promosi merupakan suatu media yang sering digunakan oleh instansi atau perusahaan untuk menarik pelanggan, video promosi merupakan sebuah penayangan dari informasi yang disampaikan secara audio dan visual sehingga tersampaikan kepada target market. Menur Degey (2016) Video promosi

merupakan video yang dipakai untuk mempromosikan suatu objek. Ciri-ciri video promosi ialah lebih-lebih terperinci dan membutuhkan waktu lebih lama dari video promosi, karena proses pemotretan video promosi harus dilaksanakan secara bertahap dari objek yang ingin dipromosikan, sehingga efek dari video promosi akan menjadi lebih baik. Detail dan mencakup segala sesuatu yang berhubungan dengan objek.

sangat tepat bagi perusahaan, organisasi, institusi maupun perorangan yang ingin menjadi pemimpin di antara para pesaing. Dengan video promosi yang baik tentunya akan meningkatkan citra perusahaan, meningkatkan *brand* dihadapan para calon pelanggan atau target *audience*.

Melalui Tugas Akhir yang mengangkat judul Perancangan Video Promosi Kampung Wisata Pecinan Kapasan Dalam Surabaya Sebagai Upaya Mengenalkan Wisata Kepada Masyarakat Diharapkan video promosi ini bisa membantu memperkenalkan Kampung Wisata Pecinan Kapasan Dalam ke masyarakat luas.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas dapat disimpulkan bahwa rumusan masalah pada penelitian ini sebagai berikut, bagaimana merancang Video Promosi Kampung Wisata Pecinan Kapasan Dalam Sebagai Upaya Mengenalkan Wisata Kepada Masyarakat?

1.3 Batasan Masalah

Batasan masalah dari penelitian ini yaitu:

1. Merancang video promosi tentang Kampung Wisata Pecinan Kapasan Dalam.
2. Video promosi ini mengangkat potensi wisata yang ada di Kampung Pecinan Kapasan Dalam antara lain, spot foto, bangunan bersejarah, kuliner dan pertunjukan barongsai yang digunakan warga untuk menghibur pengunjung.
3. Media pendukung yang digunakan yaitu X-banner, stiker, poster, feeds Instagram, dan teaser video promosi.

1.4 Tujuan

Tujuan penelitian ini adalah merancang video promosi Kampung Wisata Pecinan Kapasan Dalam sebagai upaya mengenalkan wisata kepada masyarakat.

1.5 Manfaat

Penelitian ini diharapkan mempunyai beberapa manfaat yaitu:

1. Manfaat teoritis yaitu menjadi referensi media promosi berbasis video untuk penelitian ke depannya.
2. Dapat memberikan informasi kepada masyarakat tentang Kampung Wisata Pecinan Kapasan Dalam.
3. Meningkatkan daya tarik masyarakat untuk mengunjungi Kampung Wisata Pecinan Kapasan Dalam.



BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Penelitian terdahulu

Dalam penelitian yang berjalan sekarang peneliti akan memperlihatkan penelitian terdahulu yang pas dengan permasalahan yang nantinya akan diteliti penulis, tentang Perancangan Video Promosi Kampung Wisata Pecinan Kapasan Dalam Surabaya Sebagai Upaya Mengenalkan Wisata Kepada Masyarakat. Penelitian terdahulu yang pernah ada, yaitu penelitian dari Firdaus (2017) yang berjudul Video promosi yang dirancang oleh Firdaus Media Promosi Wisata Kayangan Api ini dibuat berdasarkan video untuk memperkenalkan pariwisata di kawasan Bojonegoro. Para peneliti selanjutnya akan bekerja untuk ikut memajukan pariwisata di Kabupaten Bojonegoro dan memperkenalkan Kabupaten Bojonegoro dalam skala nasional dan internasional dengan potensi wisata alam yang patut dinikmati wisatawan.

Persamaan dalam penelitian ini yaitu sama-sama membuat media promosi yang berupa video, sama-sama mengangkat tempat yang kental dengan budaya dan sejarah, sama-sama ingin memperkenalkan tempat wisata agar masyarakat bisa tau tentang wisata tersebut. Perbedaan dari penelitian ini yaitu dari konsep penelitian terdahulu fokus terhadap keindahan alam, bangunan sejarah kayangan api dan kabupaten Bojonegoro, sedangkan penelitian yang sedang berjalan sekarang berfokus kepada wisata *heritage* yang kental dengan unsur sejarah etnis Tionghoa yang bisa di pelajari oleh pengunjung, pelajar, komunitas dan lain-lain.

2.2 Wisata Kampung Pecinan Kapasan Dalam

Wisata ini terletak di Surabaya bagian timur, dengan mengusung tema *Heritage* Kampung Wisata Pecinan Kapasan Dalam ini bisa dijadikan tempat pembelajaran untuk pelajar, mahasiswa-mahasiswi atau komunitas yang lainnya. Di dalam Kampung Wisata Pecinan Kapasan Dalam ini banyak objek yang bernuansa daratan Tiongkok mulai dari lampion-lampion yang digantung di sepanjang jalan, mural yang berada di setiap sudut kampung yang menceritakan tentang alur dinasti cing, Gerbang Naga yang menjadi objek utama di Kampung

Wisata Pecinan Kapasan Dalam, makanan khas orang Tionghoa yang di jual oleh warga sekitar, bungker tua yang kental dengan unsur sejarah, krenteng Boen Bio tempat ibadah umat Konghucu, dan benda peninggalan kuno yang masih di simpan sampai sekarang.

2.3 Video

Video adalah suatu proses perekaman kejadian menjadi satu gambar bergerak dalam bentuk suara dan visual. Menurut Ayuningtyas (2012), video adalah persatuan dari gambar-gambar diam yang ambil secara bertahap pada suatu waktu dengan kecepatan tertentu. Gambar yang disatukan disebut bingkai, dan kecepatan pembacaannya disebut kecepatan bingkai, diukur dalam fps (bingkai per detik). Karena gunakan dengan kecepatan tinggi, dia menciptakan ilusi gerakan halus, dan semakin atas kecepatan bingkai, semakin mulus gerakan yang ditampilkan. Video adalah teknologi untuk mengambil, merekam, memproses, mentransmisikan, dan mengatur ulang gambar bergerak. Seringkali menggunakan film seluloid, sinyal elektronik atau media digital.

2.4 Video Promosi

Video promosi merupakan wujud penyajian dari data yang di informasikan secara audio serta visual sehingga tersampaikan kepada sasaran market. Bagi Degey (2016) Video promosi merupakan video yang dipakai untuk mempromosikan sesuatu. Karakteristik dari video promosi ialah mempromosikan suatu hal secara lebih perinci dengan durasi yang lebih panjang dari video iklan, sebab proses pengambilan foto buat video promosi wajib dicoba secara berkala dari objek yang mau dipromosikan supaya hasil dari video promosi tersebut lebih terperinci serta mencakup seluruh perihal yang berhubungan dengan objek tersebut. Video promosi sangat tepat bagi perusahaan, organisasi, institusi maupun perorangan yang ingin menjadi pemimpin di antara para pesaing. Dengan video promosi yang baik tentunya akan meningkatkan citra perusahaan, meningkatkan brand di hadapan para calon pelanggan atau target audience.

2.5 Promosi

Promosi ialah kegiatan yang paling penting, yaitu mengenalkan, memberitahu dan mengingatkan kegunaan produk untuk memancing konsumen membeli produk yang dipromosikan. Untuk melakukan promosi, setiap perusahaan harus dapat menentukan dengan tepat benda promosi mana yang akan digunakan untuk keberhasilan penjualan. Menurut Nickels (2018), promosi adalah arus informasi atau persuasi satu arah yang buat untuk mengarahkan individu atau organisasi untuk memutuskan tindakan, membuat komunikasi dalam pemasaran. Metode yang digunakan dalam promosi ini mencakup periklanan, promosi, penjualan pribadi dan hubungan masyarakat. Promosi adalah kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk mengiklankan keunggulan produknya dan meyakinkan konsumen sasaran dan konsumen untuk membelinya. Jadi dapat diambil kesimpulan bahwa promosi adalah dasarnya perusahaan dengan konsumen untuk mendorong terbentuknya penjualan.

2.6 Proses Pembuatan Video

Arifin (2017) proses membuat video harus dilakukan secara profesional melalui tahapan yang tidak sederhana dan teliti. Oleh karena itu, dalam praktiknya, proses produksi video mempunyai standar operasional yang wajib dilakukan. Persyaratan operasi standar yang harus dilakukan dalam pelaksanaan proses produksi video ini dibagi menjadi tiga tahapan, yaitu:

1. Pra produks

Pra penciptaan ialah tahapan dini saat sebelum dilaksanakannya proses penciptaan video. Tahapan ini ialah tahapan yang sangat berarti dalam proses pembuatan video. Sebab ditahapan ini seluruh langkah-langkah perencanaan buat penciptaan dicoba. Pra produksi dibagi menjadi beberapa tahapan seperti penentuan konsep, pembuatan Storyline dan Storyboard.

2. Produksi

Sesi penciptaan ialah sesi buat merealisasikan seluruh langkah yang terdapat di sesi pra penciptaan. Ada pula tahap-tahap yang dicoba dikala proses penciptaan antara lain shooting ataupun pengambilan foto secara totalitas, mulai dari dini hingga akhir.

3. Pasca produksi

Pasca penciptaan merupakan sesi dimana seluruh yang dikerjakan dari pra penciptaan hingga penciptaan, dibuat secara nyata. Pada sesi ini meliputi pengeditan(pemberian dampak, pemberian audio pada video, dll) serta upload.

2.7 Fungsi dan Peran Video

Menurut Ningsih (2014) Dengan kemajuan teknologi informasi terkini, video ialah salah satu teknologi yang sangat terkenal dan menjadi suatu kebutuhan di berbagai bidang. Contohnya dalam hal pendidikan, kesehatan, industri, bisnis, transportasi, percetakan, komunikasi, iklan dan masih banyak lainnya. Dalam hal bisnis, video sangat membantu untuk perusahaan untuk mempromosikan produk atau jasa yang ditawarkan ke dalam sebuah media yang dapat diakses dan mengerti oleh calon konsumen. Video memberikan fungsi dan keuntungan terhadap perusahaan, diantaranya:

1. Naik nya citra perusahaan.
2. Sebagai *Company Profile*.
3. Menyalurkan informasi yang baik, informatif dan cepat sehingga informasi menjadi menarik dan mudah dimengerti.
4. Membuat promosi produk dan jasa menjadi lebih interaktif, dengan menyatukan kombinasi video, gambar, teks, suara dan animasi sehingga memberikan nilai + untuk konsumen dalam mengeksplorasi materi.

2.8 Sudut Pengambilan Gambar

Menurut Bonafix (2011) Ada 5 macam sudut pengambilan gambar, yaitu:

1. *High Angle*

Gambar diambil dari atas objek, pengambilan ini memiliki makna dramatik.

2. *Bird Eye View*

Merupakan pengambilan gambar yang diambil dari atas, pengambilan gambarnya biasa menggunakan drone.

3. *Frog Eye Level*

Gambar diambil secara berjejer dengan permukaan tempat objek berdiri, melihatkan

seolah-olah objek terlihat sangat besar.

4. *Eye Level/ Normal Angle*

Pengambilan foto mengambil sudut sejajar dengan mata objek yang memperlihatkan tatapan mata seseorang yang berdiri.

5. *Low Angle*

Pengambilan gambar dengan posisi kamera lebih rendah dari mata.

2.9 Warna

Menurut Anggraini & Nathalia (2014: 37), warna merupakan elemen visual yang dapat menarik sumber perhatian, dan menaikkan mood. Warna merupakan salah satu elemen grafis yang paling kuat dan provokatif karena warna dapat berperan dalam segala aspek kehidupan manusia. Selain itu warna juga dapat mengomunikasikan sebagai warna itu sendiri, warna sebagai presentasi alam, warna sebagai lambang atau simbol, serta sebagai ekspresi.



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Menurut Creswell (2016), penelitian kualitatif adalah penelitian yang menggali dan memahami makna dari banyak individu atau kelompok yang muncul dari masalah sosial. Secara umum, penelitian kualitatif dapat digunakan untuk mempelajari kehidupan masyarakat, sejarah, perilaku, konsep atau fenomena, masalah sosial, dll. Dalam penelitian ini digunakan metode seperti wawancara, observasi dan rekaman. Tujuan dari metode wawancara adalah untuk mengetahui apa yang akurat dan relevan dengan perancangan Video Promosi Kampung Wisata Pecinan Kapasan Dalam Surabaya Sebagai Upaya Mengenalkan Wisata Kepada Masyarakat. Observasi dilaksanakan dengan tiba langsung ke objek penelitian. Dokumentasi juga menjadi salah satu metode mengumpulkan data dengan cara pengambilan foto dan video objek.

3.2 Objek Penelitian

dalam setiap penelitian terdapat subjek sebagai tolak ukur untuk melakukan penelitian mencari informasi sehingga dapat diketahui secara berurutan setiap langkah yang diambil. Dapatkan hasil maksimal dari penelitian yang Anda lakukan. Objek penelitian ini adalah Kampung Wisata Pecinan Kapasan Dalam.

3.3 Subjek Penelitian

Subjek Riset merupakan batas riset dimana periset dapat menentukannya dengan barang, perihal, ataupun orang buat melekatnya variable riset. Mengenai yang jadi subjek dalam riset ini merupakan pengelola Kampung Wisata Pecinan Kapasan Dalam dan juga sepuh Kampung Pecinan Kapasan Dalam, yang memiliki informasi secara detail tentang Kampung Wisata Pecinan Kapasan Dalam.

3.4 Lokasi Penelitian

Tempat penelitian yang dituju adalah Kampung Wisata Pecinan Jl. Kapasan Dalam I Kapasan Lor No.3, RT.002/RW.09, Kapasan, Kec. Simokerto, Kota SBY, Jawa Timur 60141.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Data yang diperoleh memiliki peranan penting terhadap permasalahan yang timbul dalam Perancangan Video Promosi Kampung Wisata Pecinan Kapasan Dalam Surabaya Sebagai Upaya Mengenalkan Wisata Kepada Masyarakat. Data ini digunakan untuk mengetahui konsep untuk merancang video promosi Kampung Wisata Pecinan Kapasan Dalam.

3.5.1 Observasi

Observasi merupakan proses pengamatan serta pencatatan secara sistematis menimpa kasus yang diteliti. Observasi ini jadi salah satu dari metode pengumpulan informasi apabila cocok dengan tujuan riset, yang direncanakan serta dicatat secara sistematis, dan bisa dikontrol reliabilitas serta validitasnya, observasi dilakukan di Kawasan Kampung Pecinan Kapasan Dalam. Data yang dibutuhkan dalam observasi ini yaitu:

1. Kondisi Kampung Wisata Pecinan Kapasan Dalam
2. Fasilitas yang ada di Kampung Wisata Pecinan Kapasan Dalam
3. Bangunan bersejarah di Kampung Wisata Pecinan Kapasan Dalam
4. Objek foto yang ada di Kampung Wisata Pecinan Kapasan Dalam
5. Sejarah yang lekat dengan Kampung Wisata Pecinan Kapasan Dalam

3.5.2 Wawancara

Metode wawancara mempunyai tujuan untuk mencari informasi lebih dalam meliputi Kawasan Kampung Pecinan Kapasan Dalam. Dalam penelitian ini, pihak yang akan menjadi objek langsung untuk diwawancara adalah pengelola wisata dan sepuh dari Kampung Wisata Pecinan Kapasan Dalam untuk memperoleh informasi data yang akurat tentang Kampung Wisata Pecinan Kapasan Dalam.

Ada beberapa pihak terkait yang menjadi informan untuk memperoleh data, antara lain sebagai berikut:

1. Djaja Soetijanto selaku RW dan salah satu Pengelola wisata Kampung Pecinan Kapasan Dalam.
2. Dony jung selaku sepuh yang mengetahui sejarah di Kampung Pecinan Kapasan Dalam.

3.5.3 Dokumentasi

Dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data yang memuat data terkait Kampung Wisata Pecinan Kapasan Dalam. Data yang dikumpulkan yaitu foto lokasi tempat wisata untuk mengetahui keunggulan dan kekurangan Kampung Wisata Pecinan Kapasan Dalam juga dapat digunakan sebagai konsep visual video promosi Kampung Wisata Pecinan Kapasan Dalam Sebagai Upaya Mengenalkan Wisata Kepada Masyarakat.

3.5.4 Studi Literatur

Menurut Research (2019), penelitian pustakaan adalah penelitian yang dijalankan oleh peneliti dengan mengumpulkan beberapa buku, jurnal yang memiliki ikatan dengan masalah dan tujuan penelitian. Buku-buku pendukung penelitian ini adalah Buku Penyuntingan dan Produksi Video, serta beberapa jurnal lain yang berhubungan dengan penelitian.

3.6 Teknik Analisa Data

Teknik analisis data adalah salah satu proses pencarian dan penyusunan secara sistematis data yang diperoleh dari wawancara, catatan lapangan, dan bahan lainnya untuk memudahkan pemahaman dan menginformasikan temuan penelitian oleh orang lain.

3.6.1 Reduksi Data

Menurut Sugiono (2016), mereduksi data adalah tentang memilih bagian yang utama, memfokuskan pada bagian yang penting, mencari tema dan pola, dan membuang bagian yang tidak perlu. Akibatnya, data yang direduksi akan

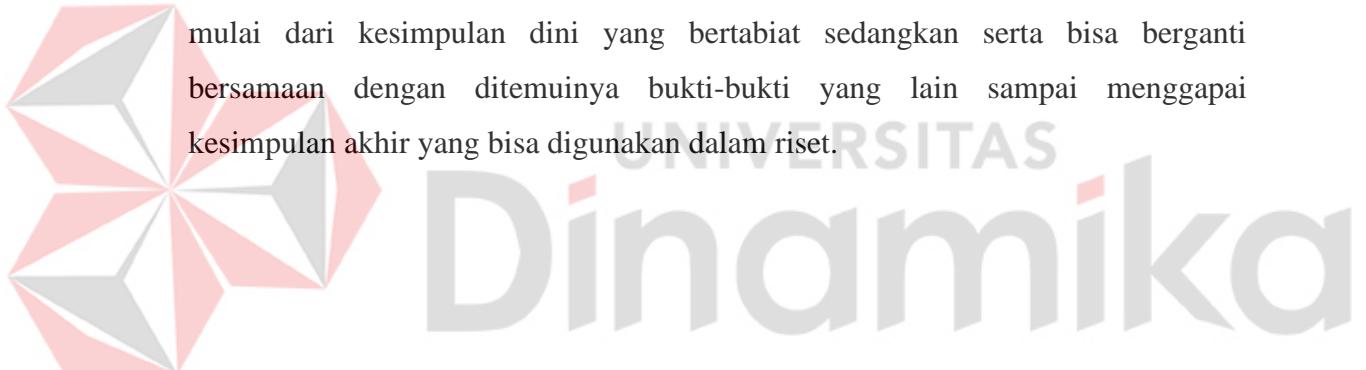
gambaran yang lebih jelas, sehingga memperlancar peneliti untuk mengumpulkan dan mencari lebih banyak data saat dibutuhkan.

3.6.2 Penyajian Data

Penyampaian informasi berbentuk bacaan naratif, grafik, chart serta network ialah upaya penyampaian ataupun penyajian informasi dalam riset kualitatif. Penyampaian informasi bermanfaat buat periset dalam mengantarkan informasi yang diperoleh supaya lebih mudah diserap dalam mengenali iktikad serta makna dari sesuatu informasi.

3.6.3 Penarikan Kesimpulan

Setelah melalui proses reduksi serta penyajian, sesi akhir dari analisis informasi ialah penarikan kesimpulan. Kesimpulan bisa diambil sebagian sesi, mulai dari kesimpulan dini yang bertabiat sedangkan serta bisa berganti bersamaan dengan ditemuinya bukti-bukti yang lain sampai menggapai kesimpulan akhir yang bisa digunakan dalam riset.



BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Pengumpulan Data

Pada tahap ini akan membahas hasil dari pengumpulan data yang sudah didapatkan dari lapangan. Data yang diperoleh akan menjadi acuan data yang menentukan STP, USP, dan SWOT.

4.1.1 Hasil Observasi

Hasil Observasi yang dilakukan dengan cara mengamati dan mempelajari secara langsung objek-objek Kampung Wisata Pecinan Kapasan Dalam.

1. Hasil observasi yang didapatkan di Kampung Pecinan Jl. Kapasan Dalam Surabaya terdapat wisata *Heritage* yang bernama Kampung Wisata Pecinan Kapasan Dalam yang memiliki banyak potensi yang bisa di nikmati mulai dari sejarah, kuliner, kebudayaan, seni dan merupakan sebuah destinasi wisata *Heritage* baru di Surabaya.
2. Terdapat banyak Lampion-lampion yang digantung di Kampung Wisata Pecinan Kapasan Dalam yang membuat unsur daratan Tiongkok sangat terasa.
3. Di dalam Kampung Wisata Pecinan Kapasan Dalam terdapat beberapa mural dan Gerbang Naga yang bisa dijadikan spot *selfie* yang sudah di siapkan pengelola Kampung Wisata Pecinan Kapasan Dalam.
4. Di lokasi Kampung Wisata Pecinan Kapasan Dalam terdapat beberapa bangunan bersejarah yang bisa dikunjungi mulai dari krenteng Boen Bio, Punden Kapasan Dalam, bangunan Gudang Kayu berusia 200 tahun.
5. Di Kampung Wisata Pecinan Kapasan Dalam ini juga ada *tour guide* yang siap untuk membawa berkeliling dan menjelaskan tentang sejarah bangunan, mural, dan lain sebagainya yang ada di Kampung Wisata Pecinan Kapasan Dalam.
6. Terdapat juga *food court* yang di sediakan untuk pengunjung, dikelola sendiri oleh warga Kampung Pecinan Kapasan Dalam dan juga ada hiburan berupa music khas Tionghoa.

7. Di hari-hari tertentu juga ada pertunjukan barongsai untuk menghibur wisatawan yang datang.

4.1.2 Hasil Wawancara

Hasil wawancara yang didapatkan peneliti kepada Dony Jung selaku sepuh di Kampung Pecinan Kapasan Dalam, di daerah ini dulunya tempat pertama kali etnis Tionghoa datang ke Surabaya mereka berkumpul dan membangun sistem perekonomian, sampai akhirnya penjajah Belanda datang ke Surabaya dan memisahkan etnis Tionghoa ini ke beberapa tempat, alasannya yaitu agar etnis ini menjadi lemah dan tidak bisa memberontak di saat zaman penjajahan Belanda. Karena etnis Tionghoa di Kapasan Dalam terkenal sebagai pendekar pada zamannya yang menguasai Kungfu, sampai dijuluki dengan Buaya Kapasan, walaupun sudah terpisahkan etnis Tionghoa yang ada di Kapasan Dalam tetap disegani oleh penjajah Belanda. Selain itu etnis Tionghoa yang ada di Kapasan Dalam pada saat perang 10 November 1945 pecah di Surabaya, mereka ikut membantu anak-anak Surabaya untuk memukul mundur penjajah dan salah satu saksi bisu peninggalan yang ada di kampung ini adalah Gudang Kayu Tua yang saat perang 10 November 1945 pecah dijadikan balai pengobatan darurat. Nama Kapasan sendiri diambil dari pohon kapas yang banyak tumbuh di tempat ini dan nama Dalam diambil dari lokasi nya yang masuk ke dalam gang di belakang krenteng Boen Bio.

Hasil wawancara penulis kepada Djaja Soetijanto selaku ketua RW dan salah satu pengelola Kampung Wisata Pecinan Kapasan Dalam, awal mula terbentuknya Kampung Wisata Pecinan Kapasan Dalam ini didasari oleh sejarah panjang yang ada di Kampung Pecinan Kapasan Dalam, menurut beliau wisata Kampung Pecinan ini masih tergolong baru, sampai sekarang masih dalam tahap pembangunan tepatnya tahap pembangunan pertama, karena banyak bangunan yang masih belum bisa terealisasikan contohnya seperti *basement* untuk tempat parkir mobil dan diatas *basement* nanti akan ada aula tempat untuk latihan anak-anak Kampung Pecinan Kapasan Dalam ini berlatih Kung-Fu dan Barongsai. Ada beberapa kendala yang kita alami sekarang ini mulai dari lokasi wisata yang masuk ke dalam gang samping Klenteng Boen Bio yang membuat orang kurang

tau tentang ada nya wisata ini, beberapa warga yang masih belum mau ikut berkontribusi dalam wisata ini, membuat pembangunan wisata menjadi lama. Harapan saya ke depannya Kampung Wisata Pecinan Kapasan Dalam bisa dikenal masyarakat yang lebih luas dan dengan adanya Kampung Wisata Pecinan Kapasan Dalam ini bisa melestarikan budaya menjaga sejarah dan bangunan bersejarah, mengenalkan tradisi dan acara yang sering dilakukan oleh etnis Tionghoa kepada masyarakat luas khususnya masyarakat Surabaya dan sekitarnya. Dari karena itu kami selaku pengelola mengajak warga yang ada di Kampung Pecinan Kapasan Dalam untuk mendukung kami dalam hal ikut andil dalam berjualan untuk meramaikan Kampung Wisata Pecinan Kapasan Dalam, kami sebagai pengelola sudah menyediakan *food court* untuk warga yang ingin berjualan agar bisa berjualan.

4.1.3 Hasil Dokumentasi

Dokumentasi dibutuhkan sebagai gambaran untuk merancang sebuah video promosi yang akan dibuat di Kampung Wisata Pecinan Kapasan Dalam, berikut hasil dokumentasi yang didapatkan oleh peneliti:



Gambar 4. 1 Tugu Kampung Wisata Pecinan Kapasan Dalam

Gambar diatas adalah tugu yang menjadi simbol Kampung Wisata Pecinan Kapasan Dalam.



Gambar 4. 2 Mural Kampung Wisata Pecinan Kapasan Dalam



Gambar 4. 3 Mural Kampung Wisata Pecinan Kapasan Dalam

Gambar diatas merupakan mural yang berada di lorong-lorong jalan, mural ini dibuat untuk memperkental suasana daratan Tiongkok dan mural-mural ini menjadi spot *selfie* favorit pengunjung.



Gambar 4. 4 Lampion-lampion di sepanjang jalan

Gambar diatas merupakan lampion-lampion yang di gantung di sepanjang jalan di Kampung Wisata Pecinan Kapasan Dalam, lampion ini yang membuat suasana daratan Tiongkok semakin terasa.



Gambar 4. 5 Gerbang Naga

Gerbang naga ini menjadi *iconic* di Kampung Wisata Pecinan Kapasan Dalam, pengunjung bisa naik ke atas gerbang naga untuk berfoto.



Gambar 4. 6 Punden Kapasan Dalam



Gambar 4. 7 Krenteng Boen Bio



Gambar 4. 8 Gudang Kayu Tua berusia 200 tahun

Gambar diatas merupakan beberapa bangunan yang memiliki sejarah panjang di dalam nya, bangunan-bangunan ini tetap dijaga dan dirawat keaslian nya.



Gambar 4. 9 Food Court Kampung Wisata Pecinan Kapalan Dalam

Gambar diatas merupakan *food court* yang disediakan oleh pengelola Kampung Wisata Pecinan Kapasan Dalam untuk pengunjung, yang selesai berkeliling wisata.

4.1.4 Studi Literatur

Untuk merancang video promosi Kampung Wisata Pecinan Kapasan Dalam buku yang digunakan yaitu buku dari Bambang Semedhi yang berjudul “Sinematografi-videoografi Suatu Pengantar” buku ini membahas tentang pengarahan dasar kamera, teknik pengambilan gambar, dan proses editing video atau film.

4.2 Analisa Data

4.2.1 Reduksi Data

1. Observasi

Surabaya adalah kota pahlawan yang memiliki banyak wisata bersejarah salah satunya adalah Kampung Wisata Pecinan Kapasan Dalam, dimana wisata ini terletak di daerah Kapasan Dalam Surabaya. Mengusung tema wisata *Heritage*, wisata ini menyajikan bangunan bersejarah dan suasana daratan Tionghoa, namun karena wisata ini tergolong wisata baru dan letaknya tersembunyi di belakang krenteng Boen Bio. Jadi wisata ini masih membutuhkan media promosi berupa video untuk memperkenalkan Kampung Wisata Pecinan Kapasan Dalam ini ke masyarakat.

2. Wawancara

Hasil wawancara yang peneliti sudah dapatkan adalah tentang sejarah dan potensi yang ada di Kampung Wisata Pecinan Kapasan Dalam yang bisa disajikan di dalam perancangan video promosi ini. Kampung Wisata Pecinan Kapasan Dalam juga memiliki spot *selfie* dan *food court* yang bisa dinikmati oleh pengunjung namun yang disayangkan ialah pada saat wawancara Djaja Soetijianto menurut beliau wisata ini masih tergolong wisata baru dan masih dalam tahap pembangunan. Dan wisata ini berlokasi di belakang krenteng Boen Bio yang membuat banyak orang tidak mengetahui wisata ini, jadi masih diperlukan media promosi untuk memperkenalkan wisata ini ke masyarakat.

3. Dokumentasi

Dokumentasi yang diperoleh dan diambil oleh peneliti mencakup beberapa bangunan bersejarah, mural, gerbang naga, food court, dan lain sebagainya, Data tersebut dapat membantu dalam perancangan pembuatan video promosi, dokumentasi ini juga diperlukan untuk menentukan objek yang akan diambil gambarnya.

4. Studi Literatur

Studi Literatur bisa sangat berguna untuk membantu peneliti dalam merancang video promosi Kampung Wisata Pecinan Kapasan Dalam dan berguna juga untuk media pendukung lainnya yang diharapkan dapat memperkenalkan Kampung Wisata Pecinan Kapasan Dalam kepada Masyarakat.

4.2.2 Penyajian Data

Dari hasil observasi, wawancara, dokumentasi dan study literatur yang sudah direduksi oleh peneliti maka tahapan selanjutnya yaitu melakukan proses penyajian data yang dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Kampung Wisata Pecinan Kapasan Dalam merupakan wisata *Heritage* yang masih tergolong baru dan belum banyak dikenal oleh masyarakat. Dan dari segi fasilitas wisata ini sudah siap menerima wisatawan namun masih ada beberapa fasilitas yang masih dalam proses pembangunan, meskipun masih dalam proses pembangunan pengelola dan beberapa warga memperjuangkan agar wisata ini bisa menjadi pemasukan untuk warga Kampung Wisata Pecinan Kapasan Dalam.
2. Kampung Wisata Pecinan Kapasan Dalam masih tergolong wisata baru dan letaknya tersembunyi di belakang Klenteng Boen Bio sehingga masih banyak orang yang belum tahu Kampung Wisata Pecinan Kapasan Dalam oleh sebab itu peneliti merancang sebuah video promosi untuk disebar luaskan di berbagai media. Pengelola wisata juga mendukung adanya perancangan tersebut, harapan pengelola dengan adanya perancangan tersebut bisa memperkenalkan wisata kepada masyarakat.

3. Kampung Wisata Pecinan Kapasan Dalam sangat cocok dikunjungi oleh pelajar dan keluarga yang ingin mengetahui sejarah dan menikmati suasana daratan Tionghoa.
4. Para pengelola Kampung Wisata Pecinan Kapasan Dalam adalah warga asli Kampung Pecinan yang berada di Kapasan Dalam.

4.2.3 Kesimpulan

Berdasarkan analisa yang diperoleh peneliti Kampung Wisata Pecinan Kapasan Dalam merupakan wisata *Heritage* baru di Surabaya yang berada di wilayah Kapasan Dalam Surabaya yang memiliki banyak potensi dari segi sejarah kuliner dan kebudayaan namun wisata ini tergolong baru dan lokasinya yang berada di belakang Krenteng Boen Bio membuat banyak warga yang belum mengetahui wisata ini, jadi masih diperlukan media promosi untuk memperkenalkan wisata ini ke masyarakat yang lebih luas. Selain itu wisatawan yang berkunjung ke Kampung Wisata Pecinan Kapasan Dalam dapat menikmati beberapa spot *selfie* yang disediakan oleh pengelola Kampung Wisata Pecinan Kapasan Dalam. Menurut Djaja Soetijianto Kampung Wisata Pecinan Kapasan Dalam termasuk wisata baru dan tersembunyi di belakang Krenteng Bon Bio yang membuat wisata ini masih belum dikenal oleh masyarakat, sebelumnya Kampung Wisata Pecinan Kapasan Dalam hanya mengandalkan promosi dari media sosial Instagram dan TikTok. Akan tetapi masih banyak warga yang belum mengetahui Kampung Wisata Pecinan Kapasan Dalam ini maka sebab itu peneliti memiliki tujuan untuk merancang sebuah video promosi agar dapat memperkenalkan wisata kepada masyarakat.

4.3 Konsep dan *Keyword*

Dalam menyusun konsep dan *keyword* tahapan pertama yang dilakukan peneliti adalah menganalisa STP, USP dan SWOT agar memudahkan menemukan konsep serta *keyword* sebagai tahapan penyelesaian karya.

4.3.1 Segmentasi, Targeting, Positioning (STP)

1. Segmentasi

a. Demografis

1. Usia : 16 – 40 Tahun
2. Jenis Kelamin : Laki – laki dan Perempuan
3. Kelas Sosial : Semua Kalangan
4. Pekerjaan : Pelajar, mahasiswa dan pekerja kantor
5. Pendidikan : SMA – Sarjana

b. Geografis

1. Wilayah : Seluruh wilayah Indonesia
2. Ukuran Kota : Wilayah perkotaan
3. Negara : Indonesia

c. Psiko grafis

1. Mempunyai hobi mempelajari sejarah dan budaya
2. Memiliki aktivitas yang padat namun ingin mengetahui tentang sejarah dan budaya

2. Targeting

Yang ditargetkan pada perancangan video ini adalah pelajar dan wisatawan yang memiliki hobi mempelajari sejarah dan budaya

- a. Jenis Kelamin : Laki – laki dan Perempuan
- b. Umur : 16 – 40 Tahun
- c. Jenjang Pendidikan : SMA – Sarjana
- d. Pendapatan : Rp. 300.000 – Rp. 3.000.000
- e. Kelas Sosial : Semua Kalangan

3. Positioning

Positioning merupakan salah satu aspek bermanfaat dalam perancangan video promosi. Dalam perancangan video promosi, peneliti wajib mengenali *positioning* dari Kampung Wisata Pecinan Kapasan Dalam untuk menentukan posisi dibenak wisatawan, Kampung Wisata Pecinan Kapasan Dalam memposisikan dirinya sebagai wisata *Heritage* yang cocok didatangi oleh wisatawan. Wisatawan juga bisa menikmati suasana daratan Tionghoa dan

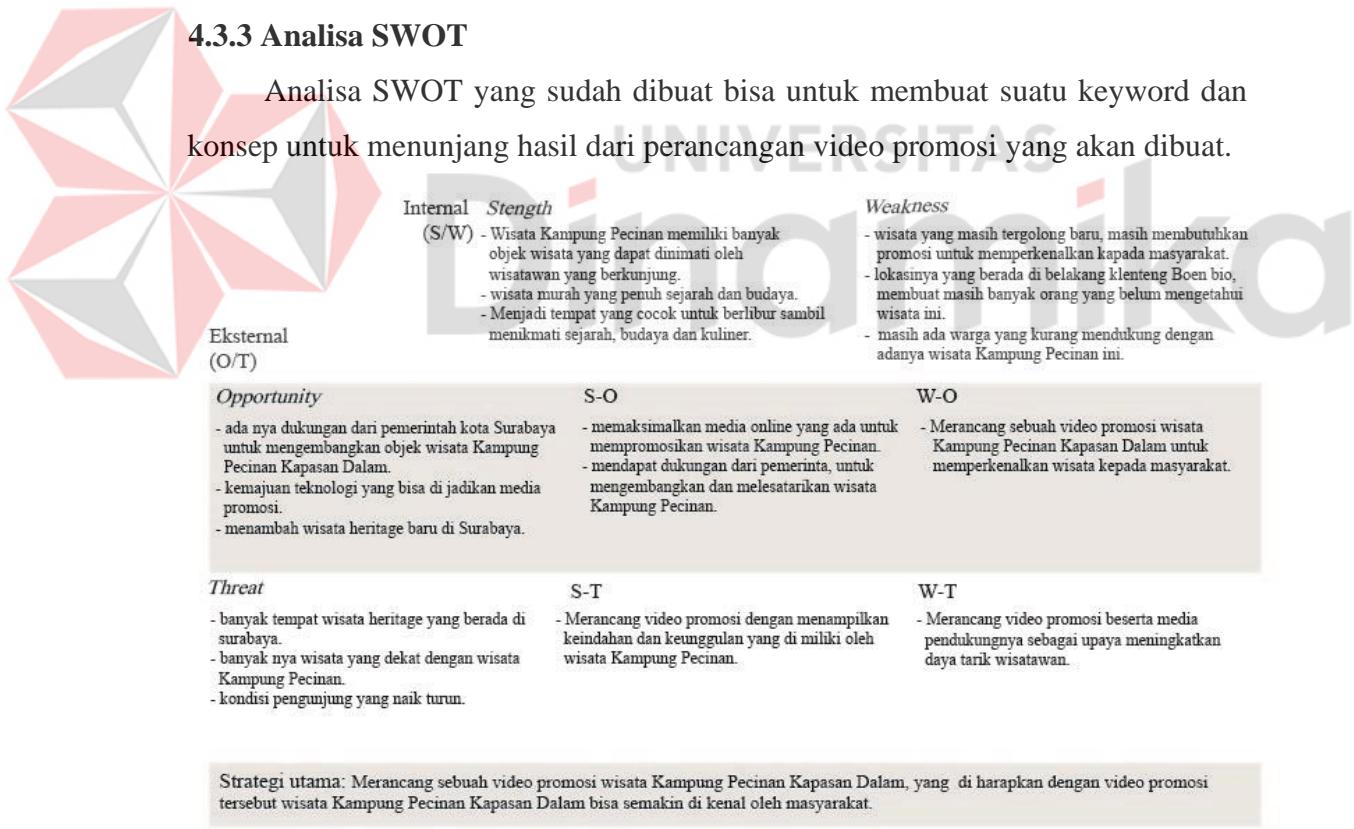
beberapa spot *selfie* dengan merancang video promosi dan media pendukungnya.

4.3.2 USP (*Unique Selling Proposition*)

Unique Selling Proposition yang dimiliki oleh Kampung Wisata Pecinan Kapasan Dalam adalah sebuah wisata *Heritage* yang menyuguhkan gabungan antara daratan Tionghoa dan wisata bersejarah, mempunyai *food court* yang dikelola oleh warga Kampung Pecinan Kapasan Dalam, mural yang digunakan untuk spot *selfie* dan juga lampion-lampion yang menghiasi di sepanjang jalan. Kampung Wisata Pecinan Kapasan Dalam juga menyediakan *tour guide* yang siap menjelaskan tentang bangunan dan sejarah yang ada di Kampung Wisata Pecinan Kapasan Dalam kepada pengunjung.

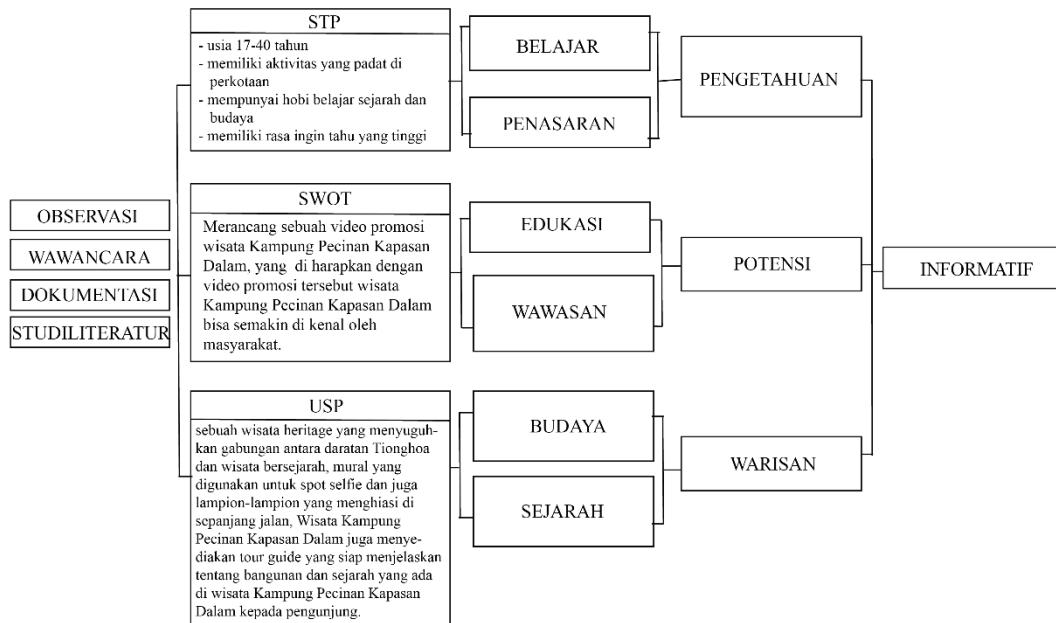
4.3.3 Analisa SWOT

Analisa SWOT yang sudah dibuat bisa untuk membuat suatu keyword dan konsep untuk menunjang hasil dari perancangan video promosi yang akan dibuat.



Gambar 4. 10 SWOT Kampung Wisata Pecinan Kapasan Dalam

4.3.4 Keyword



Gambar 4. 11 Keyword Kampung Wisata Pecinan Kapasan Dalam

4.3.5 Deskripsi Konsep

Dari *keyword* yang didapatkan maka konsep yang akan digunakan dalam perancangan video promosi ini adalah “Informatif” Informatif sendiri merupakan kata kunci yang mewakili dari *keyword communication messages* yang didapat dari observasi, wawancara, dokumentasi, dan studi literatur, yang dijadikan strategi utama.

Pengertian informatif ialah dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia dijelaskan bahwa informatif bersifat memberi informasi atau menerangkan, perancangan ini mengandung unsur “informatif” yang dimana di dalam perancangan ini akan dijelaskan mengenai lokasi, apa saja yang ada di wisata ini, dan apa saja yang bisa didapatkan oleh pengunjung.

4.4 Perancangan Karya

Pada tahapan ini proses perancangan karya terdiri dari ide, gagasan, dan konsep yang jelas dan kuat.

4.4.1 Tujuan Kreatif

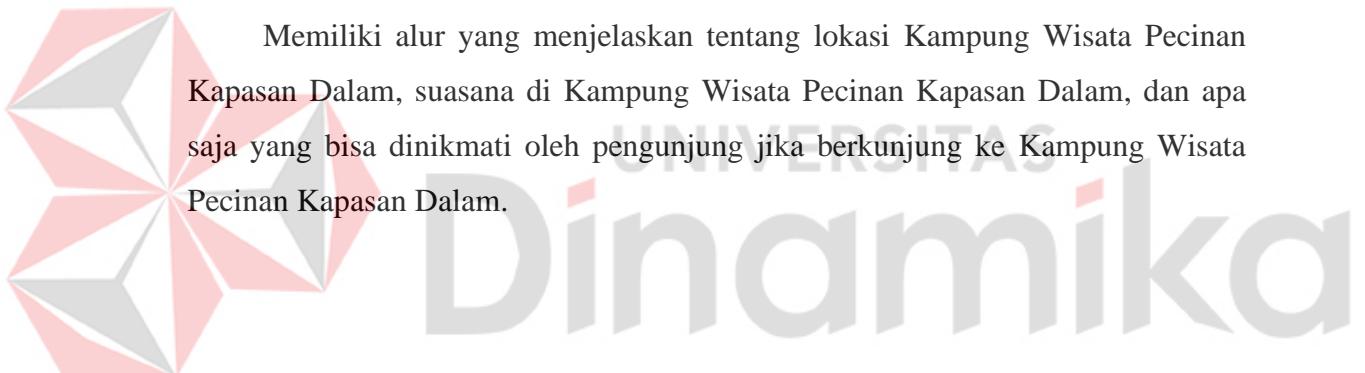
Konsep yang hendak digunakan dalam merancang karya ini adalah suatu perancangan yang dibuat berdasarkan konsep yang didapat lebih dahulu. *Keyword* “informatif” yang telah ditetapkan lebih dahulu bertujuan memberikan suatu pengalaman yang luar biasa yang akan dibuat dengan visualisasi “Informatif” dimana di dalam video akan menampilkan kelebihan serta keunikan yang terdapat di Kampung Wisata Pecinan Kapasan Dalam, dalam video tersebut juga akan menampilkan semua hal yang ada di Kampung Pecinan dengan teknik cinematic.

4.4.2 Strategi Kreatif

Perancangan yang dibuat membutuhkan strategi kreatif yang bisa memunculkan suatu ide dan langkah yang pas agar mencapai sasaran.

A. Synopsis

Memiliki alur yang menjelaskan tentang lokasi Kampung Wisata Pecinan Kapasan Dalam, suasana di Kampung Wisata Pecinan Kapasan Dalam, dan apa saja yang bisa dinikmati oleh pengunjung jika berkunjung ke Kampung Wisata Pecinan Kapasan Dalam.



B. Storyline

NO	Shot size	Video	Menit	Audio
1		Blank Hitam	00.00 - 00.07	voice over
2	XLS	melihat kan kluenteng boen bio (dengengan logo di wkp)	00.07 - 00.14	sfx gong
3	CU	melihat kan tugu wkp	00.14 - 00.19	voice over Chinese Traditional Instrumental
4	XLS/MLS	melihat kan kluenteng boen bio dari samping	00.19 - 00.40	voice over Chinese Traditional Instrumental
5	MCU	melihat kan beberapa ornamen khas daratan tionghoa	00.40 - 00.58	voice over Chinese Traditional Instrumental
6	CU/LS	melihat kan mural-mural dan lampion yang di gantung di sepanjang jalan	00.58 - 01.17	voice over Chinese Traditional Instrumental
7	XLS	memperlihatkan gerbang naga	01.17 - 01.28	voice over Chinese Traditional Instrumental
8	MS	memperlihatkan Pengelola menjelaskan sejarah wkp	01.28 - 01.45	voice over Chinese Traditional Instrumental
9	MS	memperlihatkan Pengelola menjelaskan sejarah punden kapasa dalam	01.45 - 01.53	voice over Chinese Traditional Instrumental
10	MLS	memperlihatkan Pengelola menjelaskan sejarah gudang kayu tua 200 tahun	01.53 - 02.00	voice over Chinese Traditional Instrumental
11	MS	memperlihatkan Pengelola menjelaskan sejarah kluenteng Boen bio	02.00 - 02.23	voice over Chinese Traditional Instrumental
12	MS/XLS	memperlihatkan barongsai	02.23 - 02.50	voice over Chinese Traditional Instrumental
13	LS	memperlihatkan food courd	02.50 - 03.06	voice over Chinese Traditional Instrumental
14	LS	memperlihatkan music khas tionghoa	03.06 - 03.14	voice over Chinese Traditional Instrumental
15	MS	memperlihatkan suasana pengunjung yang asik ber senang - senang	03.14 - 03.31	voice over Chinese Traditional Instrumental

Gambar 4. 12 Storyline Kampung Wisata Pecinan Kapasan Dalam

C. Storyboard

Scene	Sketsa	Keterangan
Scene 1		Memperlihatkan krenteng Boen Bio
Scene 2		melihatkan tugu WKP
Scene 3		melihatkan krenteng Boen Bio dari samping
Scene 4		memperlihatkan ornamen ornamen
Scene 5		memperlihatkan lorong jalan yang memiliki unsur daratan T iongkok
Scene 6		memperlihatkan tembok mural
Scene 7		memperlihatkan gerbang naga
Scene 8		tour guide menjelaskan tentang sejarah
Scene 9		tour guide menjelaskan tentang pudan
Scene 10		tour guide menjelaskan tentang gudang kayu tua
Scene 11		tour guide menjelaskan tentang krenteng Boen Bio
Scene 12		pembukaan barongsai
Scene 13		food court wkp
Scene 14		suasana food court
Scene 15		menampilkan pemain musik Tionghoa

title: video wisata Kampung Pecinan

Gambar 4. 13 Storyboard Kampung Wisata Pecinan Kapasan Dalam

D. Pengambilan Gambar

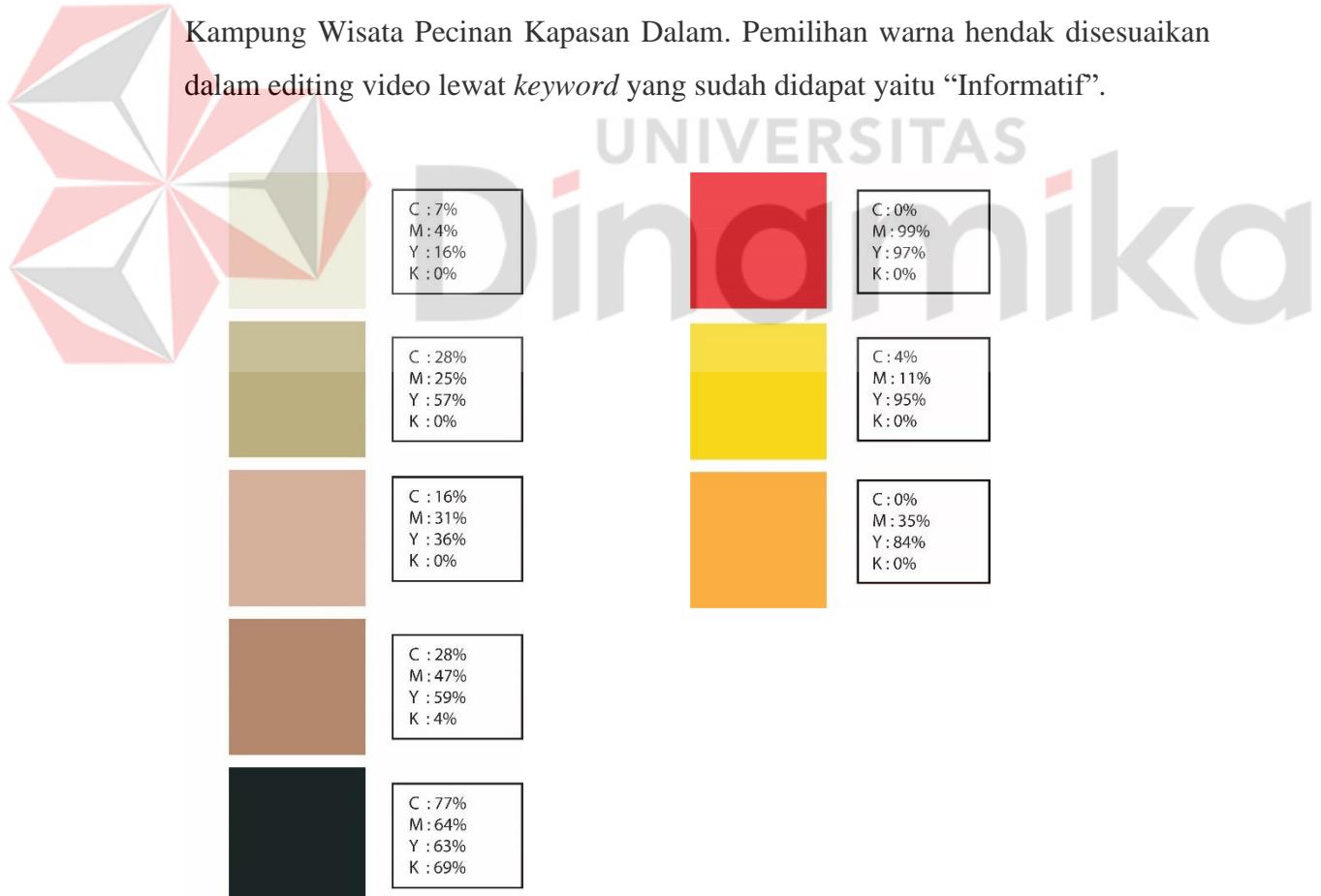
Video ini mengambil beberapa objek di Kampung Wisata Pecinan Kapasan Dalam agar pesan yang ingin disampaikan pada *audience* dapat tercapai. Sebelum pengambilan gambar peneliti melakukan observasi dan konsultasi kepada pengelola Kampung Wisata Pecinan Kapasan Dalam agar tidak terjadi kesalahan dalam pengambilan video.

E. Backsound

Back sound yang digunakan dalam video promosi Kampung Wisata Pecinan Kapasan Dalam berjudul “Chinese Traditional Instrumental” Musik ini didapat dari youtube.com yang *non-copyright*.

F. Warna

Warna ialah salah satu element yang bisa digunakan selaku serta emosional, buat menggambarkan atmosfer yang terdapat pada perancangan video promosi Kampung Wisata Pecinan Kapasan Dalam. Pemilihan warna hendak disesuaikan dalam editing video lewat *keyword* yang sudah didapat yaitu “Informatif”.



Gambar 4. 14 Warna

G. Tipografi

Tipografi yang digunakan pada video promosi Kampung Wisata Pecinan Kapasan Dalam adalah *Arial* untuk subtitle dan *Coco goose* untuk nama peneliti setelah logo wisata Kampung Pecinan di dalam video. Dan untuk di media pendukung menggunakan Tipografi *Mistral* dan *Rockwell Extra Bold*

4.4.3 Implementasi Video



Gambar 4. 15 Pembukaan Video

Pada awal video memperlihatkan Klenteng Boen Bio yang menjadi salah satu bagian dari bangunan bersejarah yang di suguhkan oleh Kampung Wisata Pecinan Kapasan Dalam.



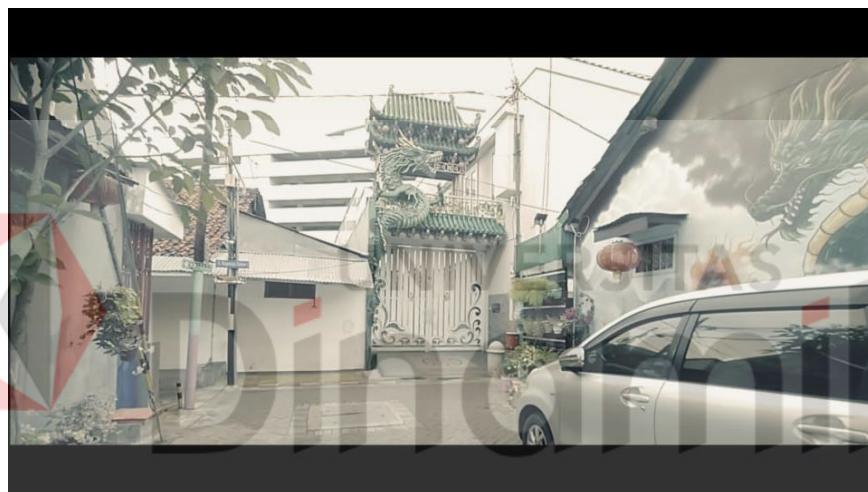
Gambar 4. 16 Pengenalan lokasi Kampung Wisata Pecinan Kapasan Dalam

Pada bagian berikutnya memperlihatkan beberapa lorong, ornamen, dan tugu Kampung Wisata Pecinan Kapasan Dalam yang memperkental unsur daratan Tionghoa yang ada di wisata ini.



Gambar 4. 17 Mural dan Lampion memperkental suasana daratan Tionghoa

Dibagian berikutnya memperlihatkan lampion-lampion yang di gantung dan mural- mural di sepanjang lorong Kampung Wisata Pecinan Kapasan Dalam.



Gambar 4. 18 Gerbang Naga

Dibagian berikutnya diperlihatkan Gerbang Naga yang menjadi *iconik* di Kampung Wisata Pecinan Kapasan Dalam yang bisa di jadikan tempat berfoto.



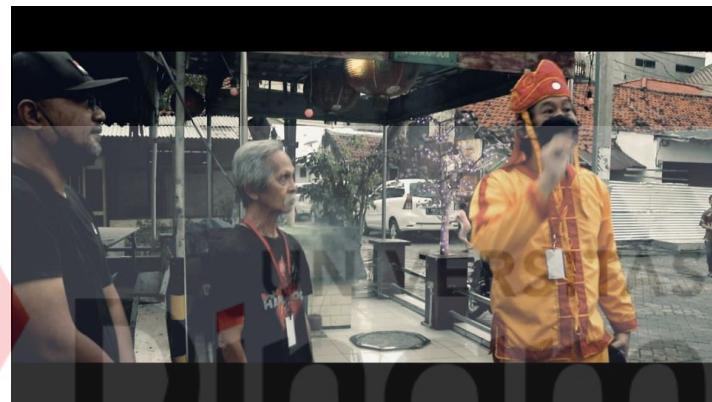
Gambar 4. 19 Menjelaskan tentang sejarah

Dibagian berikutnya memperlihatkan pengelola menjelaskan tentang sejarah apa saja yang ada di Kampung Wisata Pecinan Kapasan Dalam.



Gambar 4. 20 Penjelasan kampung

Dibagian berikutnya memperlihatkan pengelola menjelaskan tentang sejarah Kampung Pecinan.



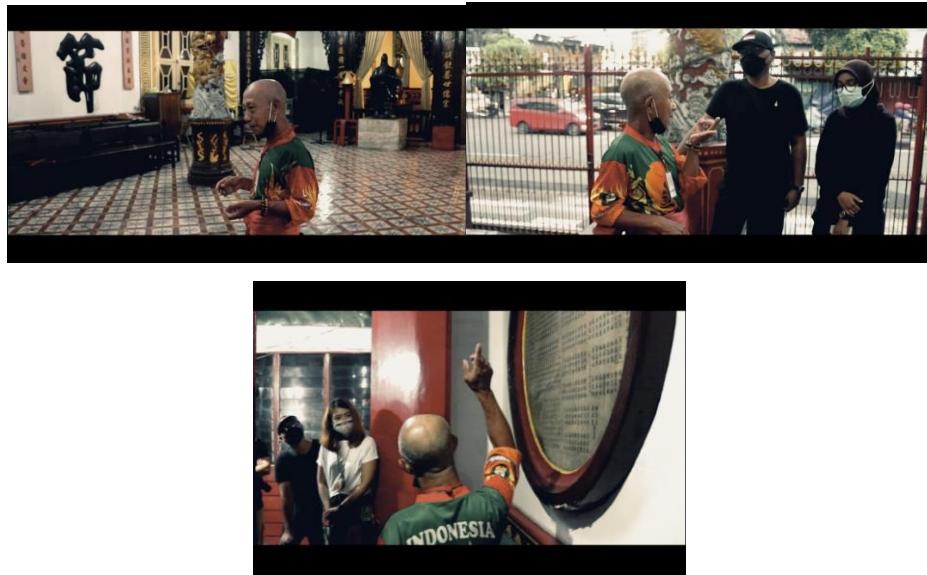
Gambar 4. 21 Penjelasan Punden Kapasan Dalam

di bagian berikutnya memperlihatkan pengelola menjelaskan tentang Punden Kapasan Dalam.



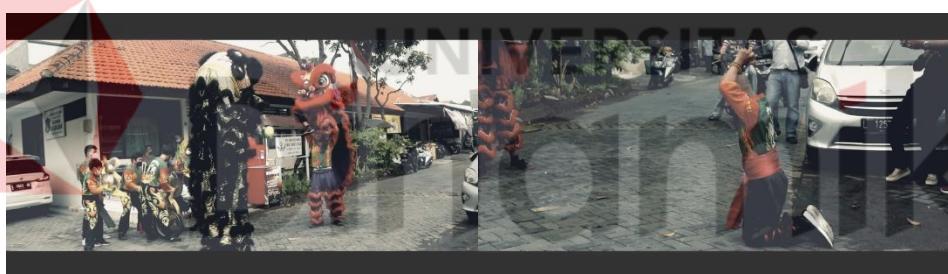
Gambar 4. 22 Penjelasan Gudang Tua berumur 200 tahun

di bagian berikutnya memperlihatkan bangunan bersejarah yaitu Gudang Kayu Tua yang berusia 200 tahun.



Gambar 4. 23 Penjelasan Klenteng Boen Bio

di bagian berikutnya memperlihatkan pengelola menjelaskan tentang Klenteng Boen Bio yang sangat megah dan memiliki banyak unsur sejarah di dalamnya.



Gambar 4. 24 Pertunjukan Barongsai

di bagian berikutnya memperlihatkan kesenian Barongsai yang disajikan oleh Kampung Wisata Pecinan Kapasan Dalam.



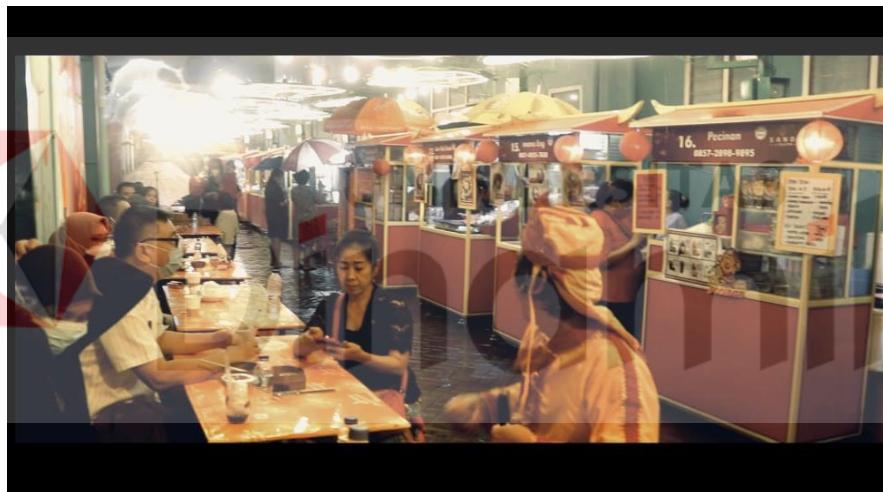
Gambar 4. 25 Food Court

di bagian berikutnya memperlihatkan *food court* yang ada di Kampung Wisata Pecinan Kapasan Dalam.



Gambar 4. 26 Musik khas Tionghoa

di bagian berikutnya memperlihatkan musik Tionghoa yang disajikan oleh pengelola untuk menghibur pengunjung.



Gambar 4. 27 Suasana Kampung Wisata Pecinan Kapasan Dalam
Di bagian berikutnya memperlihatkan suasana pengunjung yang menikmati suasana di Kampung Wisata Pecinan Kapasan Dalam.

4.5 Pembahasan Karya Utama

Karya utama yang sudah di realisasikan memiliki alur cerita yang beruntun yang dibagi menjadi beberapa *scene*. Pada *scene* 01 ditampilkan layar blank hitam yang menimbulkan kesan *cinematic* pada video dan *voice over* yang menjelaskan bahwa wisata ini bukan wisata bisa tapi wisata penuh dengan sejarah, pada *scene* 02 menampilkan kemegahan Klenteng Boen Bio dan muncul logo dari wisata, pada *scene* 03-07 memperlihatkan beberapa sudut kampung dan *voice over* yang

menjelaskan tentang lokasi wisata, awal terbentuknya wisata dan tanggal diresmikan nya wisata, pada *scene* 08-13 memperlihatkan beberapa lampion dan mural yang berada di beberapa lorong jalan dan *voice over* yang menjelaskan tentang nuansa daratan Tiongkok, *scene* 14-15 memperlihatkan gerbang naga yang menjadi *iconic*, *scene* 16-17 memperlihatkan pengelola wisata yang siap mengajak pengunjung berkeliling, *scene* 18-24 memperlihatkan beberapa tempat bersejarah mulai dari Gudang Kayu tua, Punden Kapasan Dalam, Klenteng Boen Bio, dan sejarah-sejarah lainnya, *scene* 25-27 memperlihatkan pertunjukan Barongsai yang di sajikan oleh pengelola, *scene* 28-29 memperlihatkan *food court* yang bisa di nikmati pengunjung, *scene* 30 memperlihatkan musik khas Tionghoa yang bisa dinikmati pengunjung, *scene* 31 memperlihatkan senyum pengunjung dan warga yang saling membaur.

4.6 Perancangan Media Pendukung

Untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat dibutuhkan sebuah media yang bisa membantu peneliti agar tujuan yang diinginkan dapat tersampaikan, dibutuhkan sebuah media pendukung seperti x-banner, stiker, poster, feeds Instagram, dan teaser video promosi.

4.6.1 Strategi Media Pendukung

Strategi media ialah metode buat mengemas suatu media yang bisa diterima oleh warga dalam memilih media yang pas buat menciptakan perancangan video promosi yang baik, berikut strategi promosi yang nantinya hendak digunakan dalam perancangan video promosi Kampung Wisata Pecinan Kapasan Dalam.

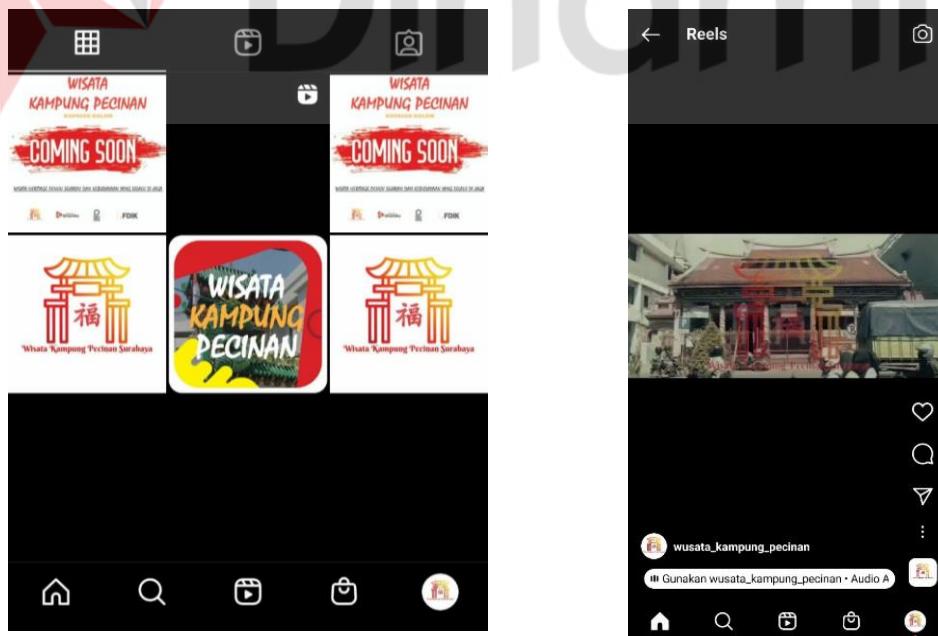
1. Media Sosial YouTube



Gambar 4. 28 YouTube

Media sosial YouTube adalah jenis media sosial yang sering dipakai oleh masyarakat pada saat ini. Media sosial telah banyak digunakan oleh instansi atau tempat wisata lainnya untuk memberikan informasi kepada pengguna media sosial. Oleh karena itu, video promosi Kampung Wisata Pecinan Kapasan Dalam akan dipublikasikan melalui media sosial YouTube.

2. Feeds Instagram, dan Video Teaser



Gambar 4. 29 Feeds Instagram dan Video Teaser

Feeds Instagram dan video teaser di sini digunakan sebagai media pendukung untuk memperluas jangkauan promosi yang di lakukan.

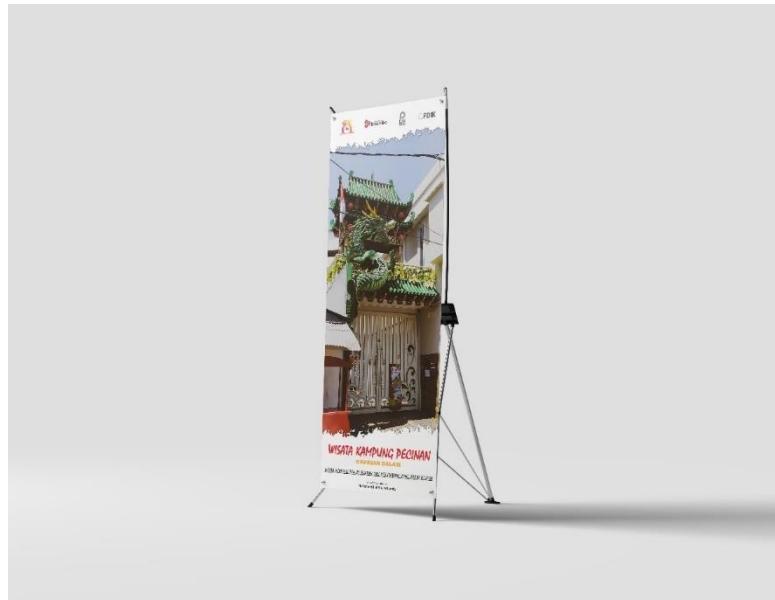
3. Poster



Gambar 4. 30 Media pendukung poster

Poster dibuat dengan tujuan untuk mengajak dan memberitahukan sesuatu seperti yang telah dituliskan dan digambarkan di dalam poster tersebut.

4. X-Banner



Gambar 4. 31 Media pendukung x-banner

Digunakan pada saat acara tertentu seperti bazar-bazar yang diadakan di luar kota. X-banner menampilkan informasi dan memberikan perhatian kepada audience untuk mendekat.

5. Stiker



Gambar 4. 32 Media pendukung stiker

Stiker memiliki tujuan sebagai media promosi dan juga kenang-kenangan dari Kampung Wisata Pecinan Kapasan Dalam.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan peneliti tentang perancangan video promosi Kampung Wisata Pecinan di Kapasan Dalam untuk memperkenalkan wisata kepada masyarakat.

Dalam merancang video promosi Kampung Wisata Pecinan Kapasan Dalam sebagai upaya mengenalkan wisata kepada masyarakat, diharapkan masyarakat Surabaya dan sekitarnya bisa mengetahui wisata ini dan pengelola bisa membangun wisata ini dengan lebih baik lagi. Konsep dari video perancangan ini yaitu “Informatif”

Ada beberapa objek di Kampung Wisata Pecinan Kapasan Dalam yang belum diketahui wisatawan dari Surabaya dan sekitarnya karena Kampung Wisata Pecinan Kapasan Dalam termasuk wisata baru dan letaknya tersembunyi di belakang Kgenteng Boen Bio. Maka dari itu peneliti menggunakan media promosi video untuk mempromosikan dan media pendukung yaitu x banner, stiker, poster, feeds Instagram, dan teaser video promosi.

Di dalam video promosi ini, peneliti menampilkan bangunan-bangunan dan fasilitas yang bisa dinikmati oleh wisatawan saat berkunjung ke Kampung Wisata Pecinan Kapasan Dalam, seperti beberapa bangunan bersejarah, *food court* yang menjual makanan khas Tionghoa, suasana daratan Tionghoa mural yang bisa dijadikan spot *selfie*. Selain itu, pengelola menyediakan *tour guide* yang siap mengajak wisatawan berkeliling menikmati wisata *Heritage* yang ada di Kampung Wisata Pecinan Kapasan Dalam.

5.2 Saran

Hasil dari kesimpulan dan penelitian yang telah dilakukan, dalam rangka memperkenalkan Kampung Wisata Pecinan Kapasan Dalam kepada masyarakat maka dibutuhkan video promosi Kampung Wisata Pecinan Kapasan Dalam. Adapun saran yang diberikan ialah sebagai berikut:

1. Semoga bermanfaat untuk penelitian selanjutnya dan wisata

2. Pengelola Kampung Wisata Pecinan Kapasan Dalam dan warga Kampung Pecinan Kapasan Dalam diharapkan mendukung penuh dan ikut serta untuk membantu kemajuan Kampung Wisata Pecinan Kapasan Dalam
3. Untuk semua wisatawan yang mau berkunjung ke Kampung Wisata Pecinan Kapasan Dalam diharapkan untuk selalu tetap menjaga kebersihan dengan membuang sampah pada tempatnya yang telah disediakan, agar kebersihan Kampung Wisata Pecinan Kapasan Dalam tetap terjaga
4. Diharapkan untuk peneliti selanjutnya dapat menggali potensi wisata yang lain.



DAFTAR PUSTAKA

- Alif, M. I., Hardian, A., Kurniawan, F., Triartanto, A. Y., & Suryianto, A. D.(2018). Literasi Media Dalam Menanggulangi Berita Hoax (Studi Pada Pelajar SMKN 4 Bekasi dan Mahasiswa AKOM BSI, Jakarta). *Jurnal Abdimas BSI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(3), 416–423.
- Ambar. (2018). *15 Komposisi dalam Sinematografi – Pengertian dan Penjelasannya*. Pakar Komunikasi.Com. <https://pakarkomunikasi.com/komposisi-dalam-sinematografi>
- Anggraini S., Lia dan Kirana Natahalia (2014). Desain Komunikasi Visual ; Dasar-Dasar Panduan Untuk Pemula. Bandung : Nuansa Cedikia.
- Bonafix, D. N. (2011). Videografi: Kamera dan Teknik Pengambilan Gambar. *Humaniora*, 2(1), 845. <https://doi.org/10.21512/humaniora.v2i1.4015>
- DataIndonesia.(2022).Digital.Dataindonesia.id.<https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-media-sosial-di-indonesia-capai-191-juta-pada-2022>
- Dhimas Ginanjar. (2020, September 18). *Upaya Djaja Soetjianto Membangun Wisata Kampung Pecinan di Simokerto*. JawaPos.com; PT. JawaPos Group Multimedia - JawaPos.com. <https://www.jawapos.com/features/18/09/2020/upaya-djaja-soetjianto-membangun-wisata-kampung-pecinan-di-simokerto/>
- Faaza M. (2020). *Kampung Pecinan Kapasan Dalam, Destinasi Wisata Heritage Baru di Surabaya*. Klikku.Net. <https://klikku.net/2020/11/12/kampung-pecinan-kapanan-dalam-destinasi-wisata-heritage-baru-di-surabaya/>
- Firdaus, M. Y. (2017). *Perancangan Media Promosi Wisata Kayangan Api Berbasis Videografi Sebagai Upaya Pengenalan Pariwisata Kabupaten Bojonegoro*. 1–8.
- Gatot Susanto. (2020). *Wisata Kampung Pecinan, Destinasi Wisata Baru di Kota Surabaya*. Dutajatim.com. <https://www.dutajatim.com/2020/11/wisata-kampung-pecinan-destinasi-wisata.html>
- Iii, B. A. B., & Penelitian, M. (2019). Proses Adaptasi Ikatan Mahasiswa Fakfak Di Kota Bandung. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 54–69. <https://elibrary.unikom.ac.id/id/eprint/1558/>
- Maiti, & Bidinger. (1981). Metode Penelitian Creswell. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Masruroh. (2021, March 11). *Menelusuri Kampung Pecinan Kapasan Dalam, Kampung Wisata Baru di Surabaya*. Kumparan; kumparan.

<https://kumparan.com/beritaanaksurabaya/menelusuri-kampung-pecinan-kapasan-dalam-kampung-wisata-baru-di-surabaya-1vKmYwFERBU/2>

Nistanto, R. K. (2021, February 23). *Jumlah Pengguna Internet Indonesia 2021 Tembus 202 Juta*. KOMPAS.com; Kompas.com.

<https://tekno.kompas.com/read/2021/02/23/16100057/jumlah-pengguna-internet-indonesia-2021-tembus-202-juta>

P, N. (2014). Bab ii kajian teori. *Bab Ii Kajian Teori*, 1, 9–34.

Sugiono. (2016). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan r & d. *Bandung: Alfabeta*.

tempatwisata. (2017, March 17). *Lokasi, Sejarah dan Fasilitas di Kayangan Api Abadi Bojonegoro*. Tempat Wisata Di Indonesia.

<https://tempatwisataindonesia.id/kayangan-api-abadi-bojonegoro/>

